

1644
tesis
1253

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación
Social

Licenciatura en Periodismo

Tesis de Licenciatura

Una historia occidental
The History Channel
Hechos, propaganda y relaciones públicas para el American Way of Life

Construcción y difusión del mito estadounidense a través de
la señal televisiva The History Channel

Alumno: Gabriel Horacio Patalano

Director de la carrera de Periodismo: Dr. Daniel A. Sinópoli

Tutor: Dr. Enrique Cardini

Asignatura: Seminario de Investigación Periodística

Cátedra: Beladrich (2001)

Fecha de entrega: 27/04/2004

Índice

● Capítulo 1: Ubicación del objeto de estudio y marco teórico

● 1.1		
a.	¿Qué es The History Channel?	1
b.	La llegada a la Argentina	3
c.	Razones para la alarma	5
● 1.2	Televisión y educación: un debate de nunca acabar	8
● 1.3		
a.	Aproximación a la ciencia de la historia	11
b.	Hombre, mito y propaganda	14
c.	La vida en la Era de la Información	19
d.	Comunicar con imágenes	21
● 1.4	Comunicación y masas	25
● 1.5		
a.	Marchas y contramarchas en la investigación sobre efectos: desde la "bala mágica" a las teorías a corto plazo	29
b.	Avance hacia la perspectiva de efectos acumulativos	33
c.	El receptor y su circunstancia	42
d.	Un efecto antropológico de la televisión	46

Índice

Índice

● Capítulo 2: Materiales, metodologías y análisis.

● 2.1		
	a. Aspectos a tener en cuenta y limitaciones de la investigación	51
	b. Definiciones operativas	54
● 2.2	Frente al televisor	56
● 2.3	Programa por programa	59
	A) "El color de la guerra"	61
	B) "Maravillas modernas"	83
	C) "La máquina del tiempo"	101
	D) "Heavy Metal"	128
	E) "Misiones peligrosas"	137
	F) "Historia secreta"	144
	G) "Siglo XX"	161

● Capítulo 3: Conclusiones y consecuencias

● 3.1	Comentarios	180
● 3.2	Algunas reflexiones	181
● 3.3	¿Qué vemos? ¿Qué entendemos? ¿Es esto historia?	
	Elementos para una historia de los Estados Unidos	188
● 3.3	Matizando la propuesta	206

Introducción

Introducción

I

A fines de 1990 estalló un conflicto armado en el Golfo Pérsico. La CNN –Cable News Network– sorprendió al mundo con su cobertura del acontecimiento de tal manera que constituyó una bisagra en la forma en que el público internacional concebía la noción de “guerra”.

Años más tarde, nos inquietaron profundamente las declaraciones de una artista estadounidense cuyo nombre olvidamos con alegría. Ella comparó a la guerra de Irak con un evento deportivo, al que los EEUU asistieron y ganaron, mientras la gente lo veía por TV. Evidentemente, esta mujer tenía un concepto un tanto bárbaro sobre el deporte, considerando que la guerra costó alrededor de cien mil vidas al país invadido, y poco menos de trescientas a la coalición liderada por los Estados Unidos.

Con ese recuerdo incrustado en la memoria nos inclinamos, en un primer momento, a realizar nuestra tesina de licenciatura sobre cómo la CNN deformó a tal punto los sucesos para que aunque sea una persona tuviese semejante interpretación de los hechos, de cómo la propaganda se disfrazaba de noticia.

Más, después de la tragedia del 11/09/2001, el hecho de que CNN puede considerarse propaganda se tornó tan evidente que no resistía el menor análisis. En efecto, “la fórmula de la CNN consiste en informar sobre los asuntos públicos a la manera de una emisora comercial de televisión de Estados Unidos e irradiarla a todo el mundo. Esto significa escoger algunos acontecimientos internacionales destacados, que luego son reducidos a una forma visual semejante a la de los titulares sensacionalistas, todos comunicados desde el punto de vista estadounidense (...) El secreto del éxito de CNN es el matrimonio de la tecnología satelital con el poder del mito

Introducción

Introducción

II

norteamericano, en otras palabras, **propaganda** moderna. Y la propaganda puede ser rentable además de útil”.^a

Nos topamos con este autor con nuestro trabajo prácticamente finalizado, pues estas líneas las escribimos luego de cerrar la investigación. La coincidencia de sus ideas con nuestro planteo es sorprendente y nos da la pauta de que, aunque podamos equivocarnos en algún aspecto, las líneas generales de la tesina pueden ser compartidas por otros académicos.

Decíamos, pues, que sostener que CNN constituye un ejemplo de propaganda se había transformado casi en una petición de principio. En ese momento viramos nuestra mirada hacia otra señal, no específicamente noticiosa, pero con aires intelectuales y pretensiones de mostrar la verdad de los acontecimientos históricos: The History Channel.

Fuimos inducidos a ello por el hecho de presenciar la reiterativa emisión de programas cuyo contenido destacaba gráficamente sectores de la historia y la cultura estadounidense. De esa manera dibujamos una hipótesis sobre los efectos que pueden deducirse a causa de la exposición continua a las emisiones de THC:

“El canal de televisión The History Channel muestra documentos sobre hechos verídicos tratados de forma que orienten al espectador habitual hacia la construcción simbólica de un mito sobre Estados Unidos, el cual, además de cimentar ideológicamente su liderazgo mundial, funciona como explicación de la realidad política de los últimos tres siglos”.

Queremos probar que la comunicación masiva es una más de las caras, no precisamente la menos importante, del dominio de la gran potencia mundial. Y en particular, que The History Channel pretende establecer las raíces del mito norteamericano.

^a SAUL, John Ralston, *Diccionario del que duda*, Granica Ensayo, Buenos Aires, 2000, p. 67.

Introducción

Introducción

III

Para ello nos valdremos de un marco teórico, cuyos fines serán presentar a The History Channel y la coyuntura social en la que se desenvuelve; acercarnos a la ciencia de la Historia, para luego establecer si es estrictamente historia lo que emite THC; proporcionar una aproximación a la semiología de la imagen, de manera que podamos acordar qué grado de credibilidad merecen los haces de luz que salen de la pantalla; y, por último, conocer los esquemas que los investigadores de la comunicación han creado para intentar comprender la influencia de los medios masivos sobre sus consumidores.

Luego examinaremos de cerca algunos programas emitidos, buscando en ellos los elementos que conduzcan a la comprobación o refutación de nuestra hipótesis. Ensayaremos un análisis de contenido apoyado en variables que definiremos oportunamente, cuya presencia o ausencia determinarán la concordancia de nuestra idea con lo real.

En última instancia revelaremos aquello que sea plausible concluir respecto al material presentado, retomando el planteo original para señalar cuáles segmentos de la hipótesis se respaldan en los hechos y cuáles no.

"Los medios de comunicación son corporaciones enormes que comparten el interés del sector corporativo que domina al Gobierno. El Gobierno no puede decirles a los medios lo que deben hacer (...) Comparten el interés de tener a Indonesia como la mayor fuente de recursos que vamos a explotar y de ser la fuerza poderosa que domine la región. Es la misma que la de Washington.

¿Por qué ponerla al descubierto? Y, en particular, ¿por qué van a poner al descubierto el hecho de que ellos mismos comparten la responsabilidad de la matanza de cientos de miles de personas? Por la misma razón que no daban noticias de Turquía el último par de años. No conviene a sus intereses."

Noam Chomsky, *Poder y terror: reflexiones posteriores al 11-09-2001*, p.100-101.

"Los Hijos de la Libertad llamaban *Hijo del Despotismo* a cualquiera que no pensaba como ellos."

André Maurois, *Historia de los Estados Unidos*, p.1266.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Una historia occidental

The History Channel

Hechos, propaganda y relaciones públicas para el American Way of Life

1

Capítulo 1: Ubicación del objeto de estudio y marco teórico

1.1.a ¿Qué es The History Channel?

The History Channel (THC) es una señal de TV por cable dedicada a la difusión de programas de índole educativa, los cuales, en su mayoría, tratan temas históricos diversos.

A&E Television Networks es la compañía responsable de THC. A&E es el resultado de la fusión entre The Arts Channel, un producto de la cadena ABC, y The Entertainment Channel, parte de otra gran cadena norteamericana, la NBC. La unión, concretada en 1994, resultó en un conglomerado de accionistas que incluye a Time Warner Entertainment, The Hearst Corporation, General Electric -dueña de NBC-, Disney -propietaria de ABC- y Ole Communications, cuyo HBO Latin America Group proporciona la oferta de señales que incluye a THC.

Además de THC, la empresa posee el canal A&E Network, The Biography Channel, AETN Enterprises (dedicada al video hogareño, los catálogos de productos, la revista Biography, libros y CD's) y AETN Interactive, responsable de varias páginas Web.

Una historia occidental

The History Channel

Hechos, propaganda y relaciones públicas para el American Way of Life

2

El siguiente es un extracto obtenido de la página institucional de la empresa, www.aetn.com. Se refiere a los objetivos de la cadena de habla inglesa. La traducción es nuestra.

"Nuestra misión

A&E Television Network está comprometida a reinvertir en nuestra comunidad nacional. Hemos elegido contribuir con nuestros recursos únicos a la mejora de la educación de todos los estadounidenses.

Metas del programa

Creemos que un público educado, involucrado e informado es fundamental para el futuro de nuestro país. Por ello hemos creado una variedad de programas educacionales para las comunidades que pueblan Norteamérica, que van desde las artes hasta la historia y la literatura".

Específicamente, veamos qué dice The History Channel de sí mismo:

"**THE HISTORY CHANNEL®** es parte de A&E TELEVISION NETWORKS, una compañía multimedia internacional, reconocida por crear una programación de alta calidad en todo el mundo, a través de sus cuatro exitosas señales: A&E, THE HISTORY CHANNEL®, THE BIOGRAPHY CHANNEL® y HISTORY CHANNEL INTERNATIONAL®.

THE HISTORY CHANNEL® es visto actualmente por más de 145 millones de suscriptores en 70 países, y en 20 idiomas alrededor del mundo. Con un incremento sostenido en número de suscriptores desde su lanzamiento en Latinoamérica, en octubre de 2000, THE HISTORY CHANNEL® cuenta hoy

Una historia occidental

The History Channel

Hechos, propaganda y relaciones públicas para el American Way of Life

3

con más de 11 millones de hogares conectados en la región.

THE HISTORY CHANNEL® es la única señal internacional dedicada exclusivamente a una programación sobre historia. Esta distintiva característica ha hecho que THE HISTORY CHANNEL® se convierta en el lugar donde los espectadores experimentan el poder y la pasión de la historia, y donde se conectan con los personajes y los hechos que dieron forma al mundo de hoy.”

(Fuente: www.historychannella.com)

THC no está “dedicada exclusivamente a una programación sobre historia”. Lo demuestran, por ejemplo, el reality show “El barco”, los programas como “Tecnología del hogar”, “Magnetos”, “Los 10 más buscados por el FBI”, “Hoteles de Las Vegas” o “Autos de un millón de dólares”. Aunque es verdad que la mayoría de sus emisiones tratan, algunas tangencialmente, contenidos históricos. Cuando nos ocupemos de los pormenores de la investigación ofreceremos un detalle del contenido de cada ciclo y opinaremos sobre qué es la Historia para THC.

1.1.b La llegada a la Argentina

En 1992 Programas Santa Clara S.A., empresa argentina dedicada a la producción y distribución de programas para televisión, creó la señal documental y cultural TV Quality. Dos años más tarde TV Quality incorporó dentro de su señal a Educable, un sistema educativo privado de televisión por

Una historia occidental

The History Channel

Hechos, propaganda y relaciones públicas para el American Way of Life

4

cable que emite programas basados en los planes de estudio vigentes para las escuelas nacionales.

En julio de 2000, Programas Santa Clara vendió TV Quality – Educable a Ole Communications y a A&E Networks para ser integrada a la oferta de señales de HBO Latin American Group. De esta forma TV Quality, que venía incorporando programación de THC, pasa a ser la filial argentina de dicha señal.

La revista virtual TVMAS entrevistó a Cesar Coletti, director de Marketing de THC para América Latina. “A TV Quality le costaba mucho invertir en grandes producciones y era una empresa relativamente chica” –subrayó Coletti. “Fue uno de los pocos canales que quedó afuera de los grupos, donde se concentran el 80 por ciento de las señales. Además, -aclara- es un hecho que no se puede competir sin salir al resto de Latinoamérica y metiendo la cabeza sólo en



el mercado local. Estamos convencidos de que los recursos humanos y técnicos de la señal tienen las características de las exigencias internacionales”, estimó el marketinero.

El presidente de TV Quality, Pedro Simoncini, se refirió al acuerdo como “satisfactorio”, porque “significa el reconocimiento del potencial internacional de

Una historia occidental

The History Channel

Hechos, propaganda y relaciones públicas para el American Way of Life

5

nuestra idea, nacida a partir de aquel modesto par de videos que comenzamos a emitir allá por 1992". En rigor, la empresa local mantiene su plantel de profesionales que ya están abocados a la producción de las novedades artísticas nacionales para la señal El y las biografías de Fangio y Gardel. Todas ellas recorrerán el mundo a través de los canales del grupo HBO."¹

1.1c Razones para la alarma

Las palabras del periodista venezolano Roberto Palmitesta ayudan a comprender por qué decidimos encarar este tema. "El auge de la televisión satelital,

Hipótesis

El canal de televisión The History Channel muestra documentos sobre hechos verídicos tratados de forma que orienten al espectador habitual hacia la construcción simbólica de un *mito* sobre Estados Unidos, el cual, además de cimentar ideológicamente su liderazgo mundial, funciona como explicación de la realidad política de los últimos tres siglos.

con la media docena de canales culturales o educativos que se transmiten por cable a toda Latinoamérica, incita a serias reflexiones sobre la transculturización que está teniendo lugar -en forma lenta pero efectiva-, con serias consecuencias a largo plazo. Siendo que la mayoría de estos programas proviene de EEUU, donde generalmente se desconoce -y a veces se

¹ <http://www.tvmasmagazine.com/abril2001/tv-edu2.html>

Una historia occidental

The History Channel

Hechos, propaganda y relaciones públicas para el American Way of Life

6

desprecia- la cultura iberoamericana, es obvio que los espectadores reciben un mensaje distorsionado e inconveniente sobre nuestra historia, tradiciones y cultura, que seguramente contribuye a generar una sensación de minusvalía y fracaso. Esto se deduce al constatar que dichos canales transmiten casi exclusivamente documentales sobre los éxitos logrados en el llamado "Norte" y sobre personajes de su historia, ignorando olímpicamente los de países latinoamericanos, como si no contaran para nada en el contexto mundial".

"Nadie discute –continúa Palmitesta- que los países anglosajones del Norte han hecho un aporte importantísimo y mayoritario al desarrollo de la ciencia, la tecnología y las artes, pero ignorar tanto los países ibéricos como el resto de América como si fuéramos pueblos atrasados e incultos, es exagerar la nota e introducir un factor de menosprecio cultural en el contexto". Luego advierte "al paso que vamos, se cumplirá inexorablemente el "destino manifiesto" que está implícito en la forma como el coloso del norte se autocalifica a sí sola (sic) como América pues se sabrá tanto sobre ese país, que nuestra gente no conocerá otra cultura que la representada por Big Mac-Wall Street-Hollywood-Mayami (sic), y todos hablaremos en spanglish. Esto, especialmente en vista de la poca efectividad de nuestra educación básica,

Una historia occidental

The History Channel

Hechos, propaganda y relaciones públicas para el American Way of Life

7

donde la historia, la literatura y las artes son materias tradicionalmente descuidadas".²

Cabe aclarar que nos hemos encontrado con este autor cuando ya estaba avanzada nuestra investigación. Ello nos dio la pauta de que no estamos solos en nuestras elucubraciones acerca del objeto de estudio. Desconocemos cuál es la coyuntura cultural venezolana, pero no nos parece, por las palabras citadas, muy lejana de la nuestra. No obstante, a pesar del explícito reconocimiento que Palmitesta hace de los méritos anglosajones, creemos que su actitud es defensiva en exceso, ultraconservadora y hasta catastrófica. Nos negamos a avalar la idea de un pueblo que hable "spanglish" por el mero contacto con TV de lengua inglesa.

No intentamos aquí discutir ni calificar la supremacía estadounidense en el globo. Poco atraídos nos sentimos hacia la censura sin más de la civilización norteamericana, posición que nos dejaría bajo una ideologización obtusa y terca que no compartimos; ni siquiera nos resulta simpática, sino más bien anacrónica e incapaz de detectar el signo de los tiempos. Por ello será inútil señalar plataformas políticas en nuestra prosa. Pensamos que, como todo en el universo, EEUU tiene sus virtudes y sus defectos. No nos interesa el juicio, sino **poner en evidencia que la comunicación es uno más de los**

² PALMITESTA, Roberto D., "Educando a Latinoamérica desde el Norte", Jueves 8 de febrero de 2001, www.analitica.com/va.

Una historia occidental

The History Channel

Hechos, propaganda y relaciones públicas para el American Way of Life

8

varios métodos de dominio que esta gran entidad política posee, al mismo nivel que su poderío económico y militar.

Nos asociamos a los efectos sutiles y a largo plazo del medio televisivo, los cuales pueden ser aún más perniciosos que la transculturación temida por el colega Palmitesta. Si existen consecuencias causadas por la exposición a este tipo de señales, nos proponemos develarlas basándonos en nuestra hipótesis de trabajo.

1.2 Televisión y educación: un debate de nunca acabar

“La programación del segmento – afirmó Coletti a TVMAS- se hace en Argentina en gran parte de la biblioteca Educable, la que no pertenece a A&E, y la razón es *porque la mayor parte del contenido tiene que ser educativo*. Educable continúa tal como estaba armada en TV Quality, ya que los nuevos dueños decidieron mantener los horarios porque los docentes estaban acostumbrados a sus horarios, particularmente en Argentina donde Educable es fuerte.”³ (La cursiva es nuestra.)

La aclaración del marketinero resulta por demás extraña, pues casi desecha la idea de que The History Channel sea educativo. Más adelante insiste “tenemos tres públicos a los cuales tenemos que convencer con hechos

³ <http://www.tvmasmagazine.com/abril2001/tv-edu2.html>

Una historia occidental

The History Channel

Hechos, propaganda y relaciones públicas para el American Way of Life

9

de que esto es Historia, *pero es entretenimiento* y eso a los afiliados primero (cable operadores), al público y a las agencias de publicidad"⁴, finalizó Coletti. (La cursiva es nuestra.)

El periodista concluye su entrevista con una reflexión sobre THC: "Lo cierto es que, The History Channel, a lo largo de su pantalla, rescata los efectos positivos de la televisión estimulando el pensamiento analítico (sic) y crítico, de manera tal que antes que consumidores pasivos sus televidentes - a través del entretenimiento, - puedan participar en el devenir del mundo".⁴

Es muy difícil, ante semejante afirmación, evitar la cita de Sartori. "La televisión —como su propio nombre lo indica— es 'ver desde lejos' (*tele*), es decir, llevar ante los ojos de un público de espectadores cosas que pueden ver en cualquier sitio, desde cualquier lugar y distancia. Y en televisión —continúa Sartori— el hecho de *ver* prevalece sobre el hecho de hablar, en el sentido de que la voz del medio, o de un hablante, es secundaria, está en función de la *imagen*, comenta la imagen, Y, como consecuencia, el telespectador es más un animal vidente que un animal simbólico".⁵

Sartori es muy terminante respecto al potencial educativo de la televisión. Nosotros elegimos el equilibrio. Pensamos que la TV puede constituir un elemento educativo, siempre que posea unas características

⁴ <http://www.tvmasmagazine.com/abril2001/tv-edu2.html>

⁵ SARTORI, Giovanni, *Homo Videns: La sociedad teledirigida*, Santillana, Madrid, 1998, p.26.

Una historia occidental

The History Channel

Hechos, propaganda y relaciones públicas para el American Way of Life

10

determinadas (verbigracia, una gran esquematización de contenidos, repeticiones y complementación con trabajo escrito) tomando un programa singular como caso de estudio, no una cadena o canal. Hablar de las consecuencias de la TV en conjunto nos llevaría a las teorías de efectos a largo plazo, tema que discutiremos en otros apartados.

A nadie se le escapa lo complejo que puede ser transmitir conceptos mediante imágenes. Sin duda "la naturaleza de la percepción visual, más sobresaliente que la verbal, el menor esfuerzo cognitivo necesario y la mayor capacidad de lo visual para afectar al sistema emocional parecen asegurar una influencia permanente de lo visual, sea cual sea el nivel de implicación de los receptores en el mensaje".⁶

No por constituir una verdad de perogrullo para quienes nos dedicamos a los medios dejaremos de remarcar que la comunicación masiva es un negocio. En palabras de Popper, hay "demasiadas estaciones emisoras en competencia. ¿Por qué compiten? Obviamente, por ganarse a los telespectadores y no, permítaseme decirlo así, por un fin educativo."⁷

Para finalizar con esta revisión del debate TV-educación –el cual excede los límites de nuestro trabajo–, podemos arriesgar que, al menos en el caso de

⁶ LEÓN, José Luis, *Persuasión de masas. Psicología y efectos de las comunicaciones sociopolíticas y comerciales*, Deusto, Buenos Aires, 1993, p. 105.

⁷ POPPER, Karl, *La televisión es mala maestra. Parte 1: Una patente para producir televisión.*, Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1998, p.43.

Una historia occidental

The History Channel

Hechos, propaganda y relaciones públicas para el American Way of Life

11



The History Channel, se nos vende la *idea* de Historia, aun cuando las características intrínsecas del medio televisivo no permitan una comprensión efectiva de contenidos. Quedará al descubierto la forma en que se pretende que estamos presenciando la realidad, disimulando el hecho de que estamos ante un discurso simbólico. Nos apoyaremos en la ciencia de la historia y en la semiología del texto televisivo, enmarcado en la teoría de la comunicación.

1.3a Aproximación a la ciencia de la historia

“Se dice que la Historia es la ‘ciencia del pasado’ -opina Eric Dardel-. Pero ese lugar común tiene precisamente el defecto de carecer de lo que es propio de la realidad histórica: su singularidad y su realidad misma de experiencia vivida”.⁸

⁸ DARDEL, Eric, “La historia y nuestro tiempo”, revista *Diógenes*, año III, tomo 6, UNESCO, p.18

Una historia occidental

The History Channel

Hechos, propaganda y relaciones públicas para el American Way of Life

12

Qué es la Historia

¿Qué sintieron los primeros hombres en viajar al espacio?
¿Qué sintió Marco Antonio al conocer a Cleopatra?
¿Quiénes fueron, realmente, aquellas personas que cambiaron la Historia?

Todas estas preguntas encuentran su respuesta en THE HISTORY CHANNEL®, un espacio en el que los grandes protagonistas de la Historia muestran su rostro más humano.

Después de todo... ellos también sintieron emociones, como cualquiera de nosotros. Por eso la Historia es júbilo, es pasión, es intriga, es dolor.

la historia es emoción

(⁹)

Al igual que para varias ciencias, la edad de oro de la historia fue el siglo XIX. La visión moralista de la ciencia histórica fue atacada por el positivismo, que pretendía que nada que no tuviese condición de *hecho* debe ser considerado *historia*. Pero hoy sabemos que “los hechos –sostiene E.H. Carr– sólo hablan cuando el historiador apela a ellos: él es quien decide a qué hechos se da paso, y en qué orden y contexto hacerlo”. Aun más, no dudamos que “el historiador es necesariamente selectivo. La creencia en un núcleo óseo de hechos históricos existentes objetivamente y con independencia de la

⁹ (“Los mensajes emocionales no apelan a la intelección, ni invitan a las operaciones lógicas, procediendo a la persuasión por un camino mucho más rápido: el impulso a la adhesión, la conquista del afecto fusional, la fascinación”. José Luis León, *Persuasión de masas*, p.58)
Imagen: www.historychannella.com

Una historia occidental

The History Channel

Hechos, propaganda y relaciones públicas para el American Way of Life

13

interpretación del historiador es una falacia absurda, pero difícilísima de desarraigar".¹⁰

Además, el sentido de los hechos recogidos no puede ser inteligible sino a través del cristal del presente. "Los requerimientos prácticos que laten bajo cada juicio histórico —defiende Benedetto Croce— dan a la historia toda el carácter de 'historia contemporánea', porque, por remotos temporalmente que nos parezcan los acontecimientos así catalogados, la historia se refiere, en realidad, a las necesidades actuales y a las situaciones presentes en que vibran dichos acontecimientos".¹¹

Lo que conocemos como historia pierde significado si no nos permite aclarar el presente. Los acontecimientos pretéritos sin relación con nuestra vivencia aparecen lejanos. El historiador es quien nos muestra las conexiones de sucesos que han dado en la formación de la coyuntura que nos toca experimentar.

¹⁰ CARR, E.H., *¿Qué es la historia?*, Sudamericana, Buenos Aires, 1979, p.16.

¹¹ CROCE, Benedetto, *La historia como hazaña de la libertad*, Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1960, p.11.

Una historia occidental

The History Channel

Hechos, propaganda y relaciones públicas para el American Way of Life

14

1.3.b Hombre, mito y propaganda

“El historiador –apunta Dardel-, él mismo existencia y ‘tema’, es el único que puede penetrar la significación secreta de la realidad histórica, reuniéndose con otras existencias”. Y “en particular se ve impulsado a dar amplio lugar, en los móviles que conducen a los hombres, a los impulsos poderosos que produjeron en todas partes *mitos*. Los mitos no son errores o fantasías. Proviene de experiencias vividas o temas colectivos de acción. Traducen en símbolos cierta relación concreta con el mundo. Entrañan una profunda adhesión del corazón y se mezclan a los juicios, a las ‘verdades’ que ‘profesamos’, a tal punto que declaramos falso lo que contradice nuestro mito y verdadero lo que lo confirma.”¹²

De las palabras de Dardel se desprende la noción de mito como algo poco o nada racional, una elaboración emocional de hechos percibidos particularmente significativos. Este tema es fundamental para nuestro trabajo: sostenemos que The History Channel contribuye a la creación de un mito sobre los Estados Unidos (ver *hipótesis*). “Las mentes ignorantes –sostiene Hope Moncrieff- se mueven por miedo y quieren interpretar su experiencia a través de parábolas y personajes cuya voluntad es imagen oscura o empañada de su

¹² DARDEL, Eric, Ob.cit., p.22.